

Canal TI

La revista del negocio TI del Perú

DISTRIBUCIÓN SEMANAL GRATUITA
N°981
LUNES 23
FEBRERO
2026

La digitalización y la IA en las empresas

Samsung cree que la automatización, la conectividad, el IoT y las plataformas inteligentes serán claves



Augusto Cuadros, vicepresidente de Operaciones de ON Empresas.

Es clave la confianza digital y la anticipación de amenazas

La propuesta de ON Empresas para la continuidad operativa empresarial

De acuerdo con reportes especializados de FortiGuard Labs, Perú registra más de 748,2 millones de intentos de ciberataques al año, reflejando una presión constante sobre organizaciones de todos los tamaños y sectores.

“Hoy el internet seguro es clave en la continuidad empresarial. Los ataques ya no se limitan a grandes corporaciones: impactan directamente en las operaciones críticas, reputación de las empresas y la confianza. La ciberseguridad dejó de ser un soporte técnico para convertirse en un habilitador estratégico del crecimiento”, señala Augusto Cuadros, vicepresidente de Operaciones de ON Empresas.

Durante el último año, los sectores que concentraron el mayor volumen de intentos de ciberataque en el Perú fueron el financiero y los servicios corporativos, por el alto valor de la información sensible que gestionan;

el retail y el comercio electrónico, impulsados por el crecimiento acelerado de los canales digitales; las telecomunicaciones y la tecnología, debido a su rol estratégico en la conectividad del país; así como el sector salud y el sector público, donde los datos personales y operativos resultan especialmente vulnerables.

El patrón es claro: a mayor nivel de digitalización, mayor exposición al riesgo, especialmente cuando no existen estrategias sólidas de prevención, monitoreo continuo y gestión de incidentes.

“ON Empresas protege la infraestructura y los datos de sus clientes a través de un enfoque integral que combina tecnología, personas y estándares internacionales. Su CyberSOC, potenciado por herramientas de inteligencia artificial y gestionado por expertos certificados, vigila las redes 24x7, detecta anomalías mediante análisis de comportamiento y

responde automáticamente ante incidentes, reduciendo riesgos operativos, financieros y reputacionales de forma inmediata”, dice Cuadros.

Este enfoque se complementa con firewalls inteligentes, protección avanzada de endpoints, análisis de vulnerabilidades, ethical hacking, modelos de acceso seguro basados en Zero Trust y mecanismos de protección ante ataques de denegación de servicio, permitiendo anticipar riesgos antes de que impacten en la operación.

“Nuestro CyberSOC opera de forma continua, apoyado en IA que permite detectar amenazas en tiempo real y responder de manera automatizada. A ello se suma nuestra participación en comunidades globales como FIRST y el Cybersecurity Tech Accord, lo que nos integra a una red internacional de inteligencia de amenazas y eleva los estándares de protección que entregamos a las empresas en el Perú”, finaliza Cuadros.

Samsung se mantiene como líder, seguido por Xiaomi, Motorola, HONOR y Transsion



Mercado de smartphones en Latam alcanzó récord de 140.5 millones de unidades en 2025

Según el último reporte de Omdia, la región registró su mejor desempeño trimestral histórico durante el 4T25, superando los 37 millones de envíos pese a la volatilidad económica y el alza en costos de componentes.

El mercado de dispositivos móviles en América Latina cerró 2025 con cifras sin precedentes. Los envíos anuales crecieron un 3%, alcanzando un récord de 140.5 millones de unidades. Este impulso fue determinado por un cuarto trimestre excepcional (4T25), donde el mercado se expandió un 12% interanual. Países como Brasil, Ecuador y la región de Centroamérica lideraron esta dinámica, compensando la ligera contracción del 4% en el mercado mexicano.

Samsung: dominio consolidado en la gama de entrada

La firma surcoreana mantuvo el primer lugar con 46.9 millones de unidades y un crecimiento anual del 9%. Su estrategia se apalancó en un incremento del 32% en sus modelos de entrada (series A0x y A1x), demostrando que el volumen en la base de la pirámide sigue siendo su principal motor en la región.

Xiaomi: ascenso al segundo lugar

Con 24.6 millones de unidades, Xiaomi desplazó a su competencia directa para ubicarse como el segundo fabricante más importante. El éxito de la marca radicó en su capacidad para combinar modelos de alta rotación,

como el Redmi A5 4G, con una propuesta competitiva en la gama media-alta a través de la línea Poco X7 Pro.

Motorola: resistencia en el tercer puesto

A pesar de una caída anual del 5% (21.6 millones de unidades), Motorola logró revertir una tendencia negativa de seis trimestres consecutivos a la baja durante el último periodo del año. La marca lucha por mantener su cuota frente a la agresiva expansión de fabricantes chinos.

HONOR: el crecimiento más rápido

Se posicionó como la marca de mayor expansión con un salto del 48% en 2025, alcanzando los 11.8 millones de unidades. Su estrategia de despliegue en mercados clave como Brasil ha sido fundamental para su consolidación en el cuarto puesto del ranking regional.

TRANSSION: un año de ajustes

Cerrando el top five, el grupo registró un descenso del 30% anual, totalizando 8.9 millones de envíos. La marca enfrenta un escenario retador debido a la saturación de inventarios y la presión competitiva en los segmentos de precio más bajos.

Perspectivas 2026

El analista sénior de Omdia, Miguel Ángel Pérez, advierte que 2026 será un año de gestión disciplinada. El aumento en los costos de memorias DRAM y la escasez de suministros obligarán a los fabricantes a priorizar la rentabilidad y la eficiencia logística sobre el volumen masivo.

La serie VX29 combina resolución Full HD, tecnología IPS y un elegante diseño sin marco

Monitores ViewSonic serie VX29

Para el trabajo, estudio y juego

ViewSonic presenta la nueva Serie VX29 de su portafolio de monitores gaming, disponible exclusivamente en Latinoamérica. La serie VX29 incluye los modelos VX2729 de 27 pulgadas y VX2429 de 24 pulgadas; ambos monitores Full HD IPS están diseñados para ofrecer una experiencia visual fluida y una experiencia de juego inmersiva con tiempos de respuesta bajos (1ms MPRT) a un precio accesible.

Con diseños elegantes y funcionalidad versátil, estos monitores son ideales para gamers que también usan sus pantallas para la escuela, el trabajo o streaming. Diseñados para gamers ocasionales y principiantes que también necesitan un monitor confiable para las tareas diarias, la serie VX29 combina una tasa de refresco de 200 Hz y tecnología de panel IPS para ángulos de visión amplios y una reproducción precisa del color.

La tecnología AMD FreeSync Premium elimina la fragmentación de la imagen, garantizando sesiones de juego más fluidas. Su diseño ultradelgado sin marco en tres lados minimiza las distracciones entre pantallas, lo que los hace ideales para configuraciones de juego con múltiples monitores o entornos de escritorio híbridos.

Además de su rendimiento visual, los monitores VX2729 y VX2429 incluyen tecnología Flicker-Free y un filtro de luz azul para reducir la fatiga visual durante largas sesiones gaming o de trabajo. Gracias a sus entradas HDMI y DisplayPort, se conectan fácilmente a consolas de juegos, laptops y computadoras de escritorio. El montaje compatible VESA ofrece mayor flexibilidad para crear un espacio gaming optimizado.

“Estos nuevos modelos VX ofrecen un valor atractivo para quienes buscan un monitor que satisfaga las necesidades de quienes buscan un equilibrio entre sus tareas diarias y gaming”, afirmó Ricardo Lenti, gerente general de ViewSonic Latinoamérica”.



Para el estudio, trabajo y juego

“En Latinoamérica, muchos usuarios buscan un monitor que les sirva para la escuela o el trabajo durante el día, pero que también les permita jugar a sus juegos favoritos por la noche. La serie VX29 ofrece un rendimiento ágil, imágenes nítidas y un diseño que complementa la mayoría de las configuraciones. Tanto el VX2729 como el VX2429 cuentan con características y un precio que los convierten en una excelente opción para quienes se inician en el mercado de monitores gaming”.

-Ricardo Lenti, gerente general de ViewSonic Latinoamérica.

Para aprovechar las herramientas tecnológicas como la IA

La renovación de la infraestructura digital en la competitividad de las pymes

La tecnología ya no es solo una herramienta de soporte: es el motor de transformación de los negocios. Para las pequeñas y medianas empresas, renovar su infraestructura digital es una decisión que impacta en los niveles operativos, financieros y estratégicos.

Una decisión crítica —y muchas veces postergada— es la renovación de las PCs. A simple vista puede parecer un gasto, pero hacerlo cada cuatro años responde a una lógica de eficiencia y actualización que tiene impacto directo en la productividad, la seguridad y la capacidad de adaptación de una empresa. Los equipos modernos no solo son más rápidos; también son más seguros, más eficientes y fáciles de administrar.

“Hoy, una computadora no solo ejecuta tareas: asiste al usuario, protege la información, automatiza procesos y contribuye al flujo de trabajo general. Este cambio responde a una nueva generación de procesadores empresariales que integran funciones críticas directamente desde el hardware: seguridad multicapa, capacidades de gestión remota y eficiencia energética avanzada”, señala Matías Berardi, gerente Senior de SMB para SLA

Postergar la actualización más allá del ciclo recomendado puede traer

consecuencias silenciosas pero profundas: menor compatibilidad con software actual, mayor exposición a amenazas de seguridad, incremento en los tiempos de respuesta y en el consumo energético, entre otros factores.

Por el contrario, los beneficios de actualizar son múltiples: mejor rendimiento general, menor consumo eléctrico y una experiencia de usuario más fluida. Además, al contar con procesadores diseñados para la eficiencia, las pymes pueden reducir costos operativos sin sacrificar capacidades.

“Renovar los equipos a tiempo permite acceder a procesadores más potentes y eficientes, diseñados para soportar cargas de trabajo crecientes y adaptarse a nuevas funcionalidades como las capacidades de inteligencia artificial integrada, que ya están transformando la manera de trabajar”, dice Berardi. Esto no solo mejora la experiencia individual del colaborador, sino que genera un entorno de trabajo más ágil, seguro y conectado.

La facilidad de gestión también es un punto clave. En empresas donde el área de sistemas es reducida —o incluso inexistente—, contar con dispositivos fáciles de configurar, mantener y escalar, es una ventaja competitiva.



Matías Berardi, gerente Senior de SMB para SLA de AMD.

Tres pilares en la gestión de canales

Más allá del Sell-In: El arte de convertir al mayorista en su mejor aliado



Por Carlos de los Heros

Consultor Comercial

Muchos fabricantes cometen el error estratégico de creer que el éxito comercial termina cuando el producto llega al almacén del mayorista. Sin embargo, en un mercado tan dinámico como el de Perú y la región, el verdadero desafío no es el Sell-In, sino el Sell-Out: asegurar que la mercadería fluya con rentabilidad hacia el usuario final.

Tras más de quince años liderando operaciones regionales para marcas como Seagate y Cricut, entre otras, he identificado que la diferencia entre una marca que "tiene presencia" y una que "domina el mercado" radica en tres pilares de gestión de canales:

1. Alineación de metas compartidas

La relación no puede ser solo transaccional. En mi experiencia potenciando distribuidores regionales, logramos crecimientos de doble dígito no por presionar inventario, sino por alinear objetivos de crecimiento mutuo. Si el mayorista siente que tu éxito es el suyo, la prioridad por tu marca será absoluta.

2. Marketing cooperado con estrategia

No se trata solo de otorgar presupuesto, sino de saber en qué invertirlo. El marketing efectivo debe enfocarse en actividades que generen demanda real ("generación de demanda"), evitando que los fondos de marketing se diluyan en acciones sin retorno medible.

3. Capacitación como habilitador de ventas

El canal te comprará a ti si le enseñas a vender más. Al capacitar a la fuerza de ventas del mayorista y de sus integradores, no solo entregas conocimiento técnico, sino que les entregas herramientas para cerrar negocios más grandes.

El éxito en la distribución no se logra abriendo canales masivamente, sino profundizando la relación con los socios estratégicos. No se trata de llenar almacenes, sino de dinamizar el mercado. El fabricante que garantiza que el producto no se detenga, es el que se asegura un lugar permanente en la estrategia del canal.



Por André Peixoto

Director Senior de Oferta Integrada B2B de
Samsung en América Latina

En toda América Latina hemos llegado a un momento decisivo. Después de más de una década en la que la “transformación digital” fue el mantra corporativo, 2026 marcará finalmente el paso hacia una nueva etapa: la de las empresas verdaderamente inteligentes. Organizaciones que no solo digitalizaron procesos, sino que hoy operan de forma conectada, guiadas por datos y capaces de convertir la tecnología en impacto real para el negocio.

Las cifras hablan por sí solas. El mercado latinoamericano de transformación digital debería alcanzar los US\$ 247,5 mil millones hasta 2030, impulsado por la automatización, la conectividad, el IoT y las plataformas inteligentes. Este ritmo no se está desacelerando; por el contrario, se está profundizando. Y esto ocurre porque las empresas comprendieron que la tecnología ya no es un fin en sí mismo, sino el medio más rápido y eficiente para generar productividad, eficiencia y competitividad.

Mi expectativa para este año es que esta tendencia se convierta en una condición de supervivencia para muchos negocios. Por eso, al acompañar a clientes de sectores como educación, salud, retail, manufactura, logística y sector público, destaco a continuación cinco movimientos concretos que definirán esta próxima fase:

Impulsado por la automatización, la conectividad, el IoT y las plataformas inteligentes

Samsung:

La digitalización y la IA en el modelo operativo de las empresas latinoamericanas

La conectividad como base del nuevo modelo de negocio

La nueva empresa latinoamericana será profundamente conectada, y eso incluye sensores, dispositivos, plataformas, entornos físicos y operaciones de campo. La competitividad estará definida no solo por estar en línea, sino por la capacidad de crear un ecosistema en el que el IoT, la movilidad corporativa, la inteligencia artificial y la conectividad conformen la columna vertebral de las operaciones, ya sea en aulas, obras, fábricas o en la última milla de la logística.

Por ello, sensores inteligentes, dispositivos móviles, plataformas de monitoreo en tiempo real, displays corporativos integrados y sistemas de gestión conectados comenzarán a actuar de forma orquestada. Este modelo permitirá decisiones más rápidas, reducción de fallas, mejor uso de los recursos y una operación mucho más predecible.

Datos en tiempo real como mo-

tor de decisión

No basta con acceder a los datos; es necesario procesarlos y convertirlos en información que apoye decisiones rápidas y precisas. Entornos definidos por inteligencia artificial (IA) integrada, redes inteligentes y plataformas avanzadas de gestión permitirán anticipar demandas, automatizar rutinas críticas y optimizar operaciones con un nivel de precisión antes imposible.

Así, las empresas inteligentes entenderán que su ventaja competitiva estará menos en “tener datos” y más en interpretarlos antes que la competencia. En este proceso, Samsung puede colaborar de manera decisiva con las organizaciones.

La integración como estrategia

La era de múltiples proveedores desconectados está llegando a su fin. Las organizaciones buscan ecosistemas completos que integren hardware, software, servicios e inteligencia. Esto se debe a que las soluciones integradas reducen costos, simplifican

la TI y eliminan fricciones operativas que, acumuladas, consumen tiempo y recursos valiosos.

En Samsung, esta visión orienta nuestra estrategia actual, ayudando al mercado a integrar todo el ciclo tecnológico —desde la movilidad hasta los displays, de la nube a la seguridad— en un flujo único e inteligente.

Seguridad que acompaña el crecimiento

Con más dispositivos conectados, mayor circulación de datos y más operaciones remotas, la seguridad empresarial deja de ser una barrera y pasa a ser una capa invisible que sostiene el crecimiento. Esto también incrementa el desafío de la ciberseguridad, ya que ninguna estrategia de expansión será viable sin una base sólida de protección de datos, dispositivos y redes.

La diferencia, a mi entender, estará en el enfoque. En lugar de solucio-

nes reactivas, las empresas líderes adoptan arquitecturas de seguridad integradas desde el origen, capaces de proteger dispositivos, sistemas e información en todas las capas. Tecnologías como Samsung Knox, que ofrecen protección de nivel gubernamental desde el hardware hasta el software, ejemplifican esta nueva mentalidad: seguridad integrada, continua y transparente para el usuario.

Alianzas de largo plazo

La madurez digital exige continuidad. Las empresas que prosperarán en 2026 serán aquellas que construyan relaciones sólidas con socios tecnológicos capaces de acompañar su evolución, anticipar necesidades y planificar transformaciones. En Samsung reforzamos esta convicción todos los días, porque para nosotros la inversión en tecnología solo tiene sentido cuando genera resultados concretos.

Creemos que en 2026 será posible observar un cambio profundo en el modelo operativo de las empresas latinoamericanas. Avanzamos hacia entornos corporativos que se monitorean de forma autónoma, conectan dispositivos automáticamente, automatizan procesos críticos y centralizan toda la gestión en plataformas unificadas.

Esta es la evolución natural de la transformación digital y, al mismo tiempo, su próximo gran desafío. Por ello, el papel de Samsung será apoyar este avance con una oferta integrada capaz de unir infraestructura, desempeño y experiencia del usuario en un único ecosistema corporativo.

Nuestra misión es caminar lado a lado con cada cliente, ayudándolo a transformar la tecnología en impacto directo para el negocio. América Latina está lista para entrar en una nueva era y, en 2026, la inteligencia será el nuevo nombre de la transformación digital.



Displays B2B de ultra alta definición y bajo consumo



LG amplía su oferta con el nuevo MAGNIT Micro LED y el display E-Paper

LG Electronics presentó sus más recientes soluciones B2B personalizadas en Integrated Systems Europe (ISE) 2026, la feria de displays más grande de Europa, donde ofreció a sus clientes corporativos la posibilidad de experimentar soluciones inmersivas. La propuesta integró displays comerciales, soluciones de software y tecnología de inteligencia artificial orientadas a responder a las necesidades específicas de diversos sectores empresariales.

LG dio a conocer el nuevo LG MAGNIT Micro LED de ultra alta definición, cuyo lanzamiento está previsto próximamente, así como el display LG E-Paper, una alternativa de papel electrónico ultradelgada diseñada para un consumo mínimo de energía.

El nuevo LG MAGNIT incorpora un recubrimiento negro en la parte frontal del display, lo que permite ofrecer una calidad de imagen más vívida y realista. Su diseño modular permite una instalación sencilla. Entre sus principales innovaciones destaca la tecnología Line to

Dot (LTD), que mejora la estabilidad operativa del display, reduciendo las interrupciones visuales y garantizando una experiencia de visualización más estable.

Por su parte, el display LG E-Paper crea imágenes mediante el movimiento de partículas de color cargadas eléctricamente a través de un campo eléctrico, lo que le otorga una textura similar al papel y un consumo energético ultrabajo. Gracias a esta tecnología, las imágenes estáticas pueden mantenerse visibles sin requerir energía continua, lo que lo convierte en una solución eficiente para la señalización digital en entornos comerciales.

El LG E-Paper presenta un perfil delgado de 17.8 milímetros, que se reduce a 8.6 milímetros en su punto más delgado, y un peso aproximado de tres kilogramos. Estas características facilitan su transporte, instalación y uso en diversos espacios comerciales, desde puntos de venta hasta oficinas corporativas y espacios públicos.



Con Krampus, una solución

Estudiantes de la UNI ganan el desafío de inteligencia artificial organizado por Interbank

Durante ocho semanas, 68 jóvenes universitarios de carreras como ingeniería de sistemas, ingeniería electrónica, informática y ciencias de la computación compitieron en “Mainframe zFuture”, un desafío de inteligencia artificial y mainframe creado por IBM e Interbank.

La iniciativa buscó enfrentar la creciente brecha de habilidades en tecnología mainframe, un reto que se mantiene vigente en el ámbito global si consideramos que, según Forrester, el 93% de empresas en el mundo encuentra moderado o extremadamente retador hallar talento especializado en esta área.

Hoy, la tecnología mainframe es mayormente utilizada en operaciones críticas de aerolíneas, banca y retail y, es esa capa invisible de la tecnología que interactúa a través de una aplicación bancaria, una web, el cajero o un POS. Gracias a estos importantes sistemas, se validan pagos, procesan transacciones en aerolíneas, realizan transferencias, verifican fondos y más.

Está diseñada para ser tolerante a fallos, ofrecer más del 99% de disponibilidad y procesar millones

de transacciones por segundo que en ocasiones como Black Friday o campañas comerciales son vitales para evitar las caídas de sistemas.

El equipo ganador del desafío, compuesto por cuatro estudiantes de ingeniería de sistemas de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), diseñaron Krampus, una solución de prevención de fraude en tiempo real dentro del core bancario. El modelo de IA en su solución analiza cada transacción y asigna un score de riesgo que le permite al banco decidir si la operación es segura de procesarse o debe bloquearse.

Para el desarrollo de Krampus, usaron COBOL y CICS, integrados con z/OS Connect, para exponer un servicio que se comunica con una API desarrollada en FastAPI que ejecuta la



Hernán Fernández, CTO de Interbank.



n de prevención de fraude

el desafío Mainframe zFuture IBM e Interbank

“La tecnología mainframe es mayormente utilizada en operaciones críticas de aerolíneas, banca y retail y, es esa capa invisible de la tecnología que interactúa a través de una aplicación bancaria, una web, el cajero o un POS. Gracias a estos importantes sistemas, se validan pagos, procesan transacciones en aerolíneas, realizan transferencias, verifican fondos y más”

inferencia del modelo. Así, el core no solo reacciona al fraude, sino que analiza antes de autorizar la transacción.

“Estamos muy felices y agradecidos con IBM e Interbank por realizar este tipo de eventos. El mainframe es una gran y poderosa herramienta para muchos procesos en los bancos y, fue en lo que se centró nuestra propuesta. Compartir con expertos nos pareció muy positivo y nos

ayudó al desarrollo de nuestra solución”, señaló el equipo de Krampus compuesto por Sebastián Orosco, Yael Varillas, Luis Rubio y Caleb Romero.

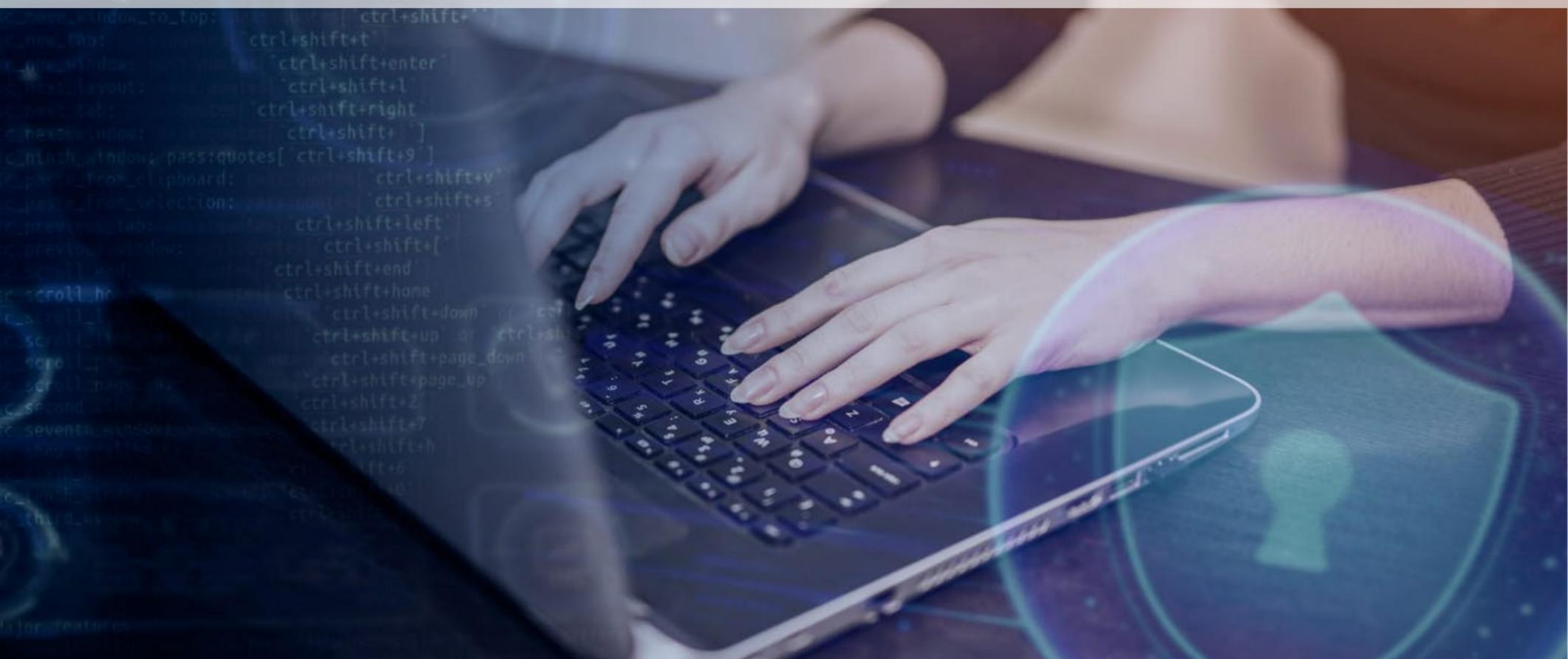
“La capacidad de presentar soluciones innovadoras de mainframe como estas, apalancándose de tecnologías como la IA y la nube, demuestran el gran talento que hay en el Perú”, mencionó Narciso Lema, Líder de Data e IA en IBM para el Norte de Sudamérica.

“Los participantes se llevan una experiencia clave para su desarrollo profesional, en la que combinaron la solidez y seguridad del mainframe con la posibilidad de integrarlo con inteligencia artificial, potenciando el trabajo en equipo y su desarrollo profesional”, dijo Hernán Fernández, CTO de Interbank.



Narciso Lema, Líder de Data e IA en IBM para el Norte de Sudamérica.

Optimiza las capacidades de Network Detection and Response (NDR) mediante la integración con firewalls de terceros



Kaspersky lanza KATA 8.0: mayor visibilidad y detección de anomalías en protocolos críticos

Kaspersky anunció el lanzamiento de KATA 8.0, una actualización diseñada para fortalecer la observabilidad de red en entornos donde el perímetro tradicional se ha diluido. La solución introduce herramientas de detección temprana que minimizan los falsos positivos y reducen la fatiga por alertas en los equipos de ciberseguridad.

Una de las principales novedades es la tecnología de detección de anomalías en protocolos clave como DNS, HTTP y Kerberos. En lugar de procesar la totalidad del tráfico, el sistema identifica desviaciones específicas basadas en los patrones de uso de la organización.

Asimismo, la plataforma ahora permite identificar el uso de Shadow IT. KATA 8.0 es compatible con más de 5,000 servicios externos, lo que facilita el control sobre flujos de datos en plataformas no autorizadas de almacenamiento y colaboración en la nube.

El sistema incorpora el análisis retrospectivo de copias de tráfico (archivos PCAP). Esta función permite a los analistas cargar archivos de forma manual o automática para ser examinados con las reglas de detección más recientes.

Además, la solución recopila todos los observables de tráfico (URLs, hashes y nombres de archivos), incluso aquellos marcados inicialmente como seguros. Este enfoque proactivo ayuda a identificar usuarios comprometidos a través de actividades que, en un primer momento, no dispararon alertas de malware.

Integración y respuesta automatizada

KATA 8.0 mejora la interoperabilidad dentro del ecosistema de Kaspersky y con soluciones externas:

Firewalls de terceros: Se incluyen nuevos conectores para Check Point NGFW, permitiendo la creación automática de reglas de bloqueo ante

actividades maliciosas detectadas.

MDR y Endpoints: La solución actúa como un sensor que envía telemetría directamente a la nube de Managed Detection and Response (MDR). También admite el envío automático de archivos sospechosos desde Kaspersky Endpoint Security (KES) hacia el Sandbox de KATA.

Seguridad de correo: La integración con Kaspersky Security for Mail Server (KSMS) permite analizar adjuntos protegidos con contraseña y visualizar las acciones de bloqueo desde una consola unificada.

Ilya Markelov, Head of Unified Platform Product Line en Kaspersky, señaló que la hoja de ruta de la compañía contempla migrar KATA hacia la Open Single Management Platform (OSMP). Este movimiento busca integrar capacidades de NDR, EDR, SIEM y XDR en una consola web unificada para simplificar la gestión de la seguridad corporativa.



David Antayhua se incorpora a Data Next

Mis felicitaciones para al gran David Antayhua que se acaba de incorporar a Data Next como gerente de cuentas. La empresa está enfocada en servicios de implementación de proyectos informáticos, soporte, consultoría, soluciones de hardware y software de data center, soluciones de arrendamiento de PCs e impresoras y soluciones de energía. Estoy seguro de que David hará una exitosa gestión gracias a su amplia experiencia en la gestión de relaciones comerciales. ¡Abrazos y muchos éxitos, querido David!



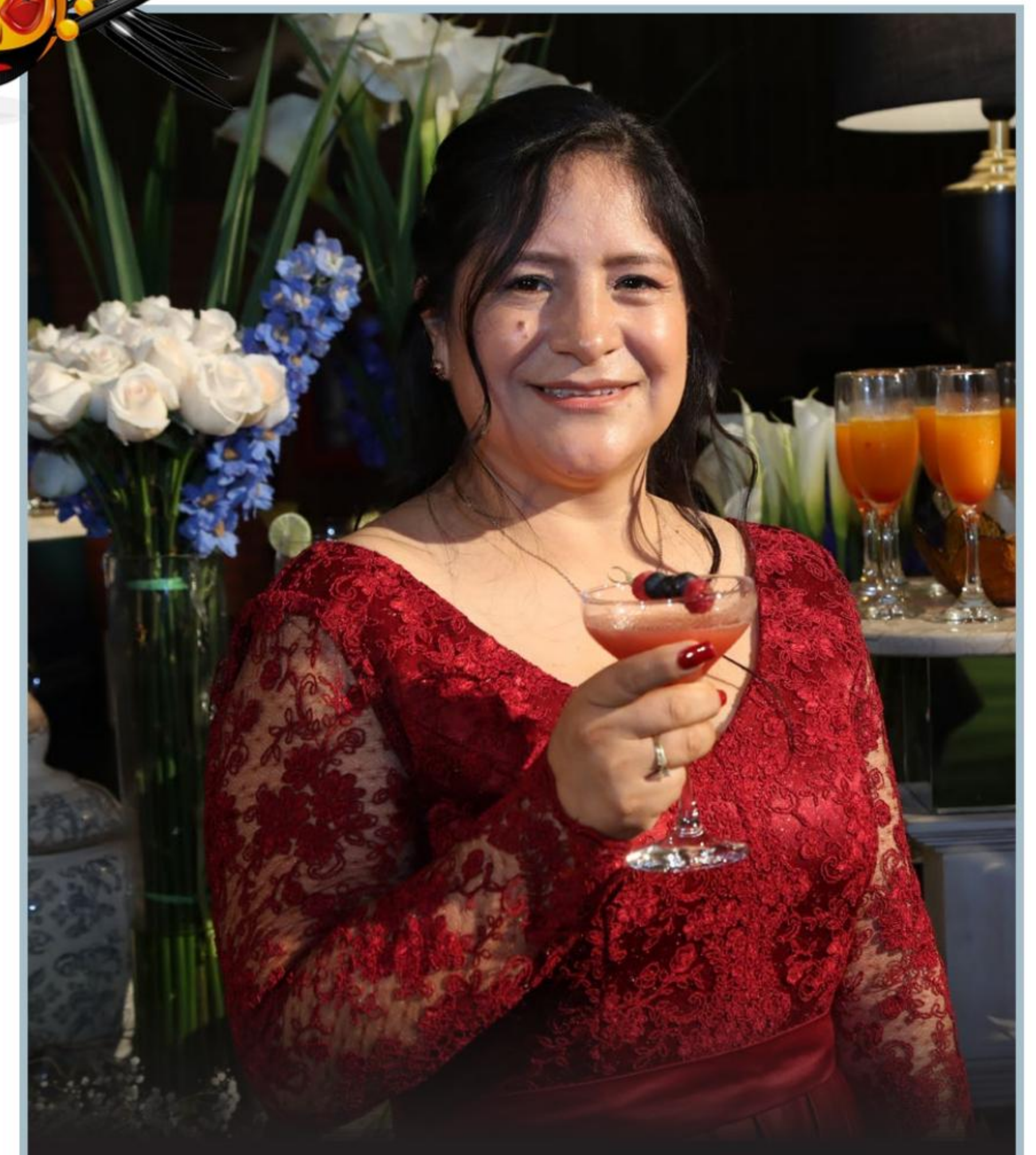
Giannylis Reyes se incorpora a Smartech Perú como Vendor Development

Smartech Perú ha incorporado a su equipo a Giannylis Reyes como Vendor Development, quien tiene más de ocho años de experiencia internacional en el sector TI, especialmente en videocolaboración, soluciones audiovisuales, videovigilancia y digital signage, liderando proyectos de alto impacto para organizaciones del sector corporativo, educativo y público. Estoy seguro de que su enfoque consultivo y conocimiento del ecosistema TI le permitirán acompañar a clientes y partners en procesos de transformación digital. ¡Éxitos, Giannylis!



Claudio Rivera asume la gerencia de Negocios en Open Network System

Open Network System anunció la incorporación de Claudio Rivera como su nuevo Business Manager. Con veinte años de experiencia en estrategia comercial y gestión de cuentas clave en el sector TI, Claudio liderará la expansión y captación de oportunidades. Su gestión se enfocará en impulsar modelos de crecimiento y consolidar a la compañía, que cuenta con dos décadas de trayectoria en infraestructura y ciberseguridad, como socio estratégico en transformación digital y financiamiento tecnológico. ¡Bien, querido Claudio, muchos éxitos!



¡Feliz cumpleaños, querida Lourdes!

Este jueves 26 de febrero, mi querida amiga Lourdes Lijarza, directora Comercial de E&L Technology, celebrará su cumpleaños. Desde esta esquina, le envío un arácnido abrazo, deseándole excelente salud y mucho disfrute.

PRÓXIMA EDICIÓN



Suscríbete y recibe
el boletín semanal
de Canal TI



La edición digital es
semanal, todos los
lunes